



O SIMBOLISMO DAS VITRINES E O ENCANTAMENTO FEMININO: REFLEXOS DA AUTO-EXPRESSÃO?

Kaetsu, Suzie Terci; stkaetsu@hotmail.com

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo identificar elementos simbólicos presentes nas vitrinas de roupas femininas, as relações com os símbolos percebidos pelas consumidoras e sua necessidade de auto-expressão. O estudo de design exploratório, com entrevistas em profundidade analisadas qualitativamente através da análise de conteúdo com uma amostra de consumidoras de roupas femininas, mostrou que há relações entre o simbolismo das vitrines, os símbolos percebidos pelas consumidoras e a auto-expressão pretendida pelas consumidoras de roupas. O referencial teórico apresenta os conceitos e utilidade do vitrinismo, concepções sobre o consumo simbólico e a auto-expressão, com enfoque no consumo de roupas femininas e seu significado. Os principais resultados mostram que elementos visuais e decorativos (cores, padronagens, temáticas, qualidade, beleza, móveis, luxuosidade da decoração) em harmonia na combinação entre vitrina e os produtos apresentados são essenciais no despertar da atenção e interesse em comprar. Ainda, é preciso que esta identidade visual da vitrina faça o estilo ou o tipo da consumidora, traduzindo-se em uma identidade pessoal com a mesma. E embora não fizesse parte do objetivo central da pesquisa, os elementos promocionais apareceram nos relatos como importantíssimos para apreciação de uma vitrina, numa relação custo-benefício entre o que elas gostam, preferem, apreciam e o que pagam para vestir-se bem em suas concepções e no que querem expressar.

Palavras Chave: 1) vitrinas, 2) consumo simbólico, 3) auto-expressão .